Stéphane Dangel

LIVRES OUTILS Efficacité pro

STORYTELLING MINUTE

170 HISTOIRES PRÊTES À L'EMPLOI POUR ANIMER VOS INTERVENTIONS !

EYROLLES

© Groupe Eyrolles, 2014

ISBN : 978-2-212-55816-6

Sommaire

Introduction 9

Une histoire, qu'est-ce que c'est, au fond ? 9
Une révolution, pas une innovation 10
Trouver des histoires n'est pas facile 12
Un livre d'histoires prêtes à l'emploi 12
Fictives ou réelles, toujours inspirantes 13
Des histoires centrées sur l'auditeur 14
Des histoires personnalisables 15

PARTIE I – UTILISER LE STORYTELLING POUR COMMUNIQUER PLUS EFFICACEMENT

1 – DÉBUTER DANS LE STORYTELLING 19

Être ou ne pas être… storyable 19
Efficace, le storytelling ? 20
Le tout premier travail de storytelling : définir le message de son histoire 21

2 – CONSTRUIRE SON STORYTELLING 23

Comment reconnaître une histoire ? 23
Les 3 types de storytelling 24
Un moteur : le conflit 25
Le rythme des histoires 26

© Groupe Eyrolles

3 – DÉPLOYER SON STORYTELLING 27

Comment introduire des histoires dans une intervention 27
Le bon niveau de détails 28
Comment enchaîner les histoires 28
Comment « accrocher » 30
L'auditoire : un personnage de l'histoire 31
Faire participer votre auditoire 32
Être à l'écoute 33
Diffuser ses histoires dans tous les sens 33

4 – AMÉLIORER SON STORYTELLING 35

L'apport des neurosciences 35
Une bonne histoire ne doit pas être parfaite 36
Les écrivains donnent leurs conseils 36
Des figures de style à utiliser 37
S'inspirer des *TED Talks* 38
Avoir un storytelling de rechange 38

5 – ALLER PLUS LOIN 40

Fiction ou histoire vraie ? 40
Maîtriser sa voix 41
Parler avec son corps 41
S'imposer des garde-fous 42

6 – BONNES PRATIQUES ET CONTRE-EXEMPLES 44

Une bonne et une mauvaise présentation d'entreprise 44
Des histoires déconstruites pour en comprendre la structure et le rythme 46
Enchaîner les histoires : le mode d'emploi illustré par des exemples 49
Utiliser les histoires pour rendre palpable la notion de qualité 52

© Groupe Eyrolles

Utiliser les histoires pour engager des collaborateurs dans une démarche de changement 54
Utiliser les histoires pour rassembler une équipe autour d'un défi particulièrement complexe 57
Des cas réels, modèles d'utilisation réussie d'histoires d'autrui 59
Allier une bonne histoire à une performance visuelle 61
L'art de savoir se taire 61

PARTIE II – 170 HISTOIRES INSPIRANTES PRÊTES À L'EMPLOI

1 – PUISER DANS L'HISTOIRE 65
S'inspirer de la mythologie 65
Utiliser la notoriété des personnalités 69
La fascination des grandes découvertes 79
Revisiter les anecdotes historiques 94

2 – ZÉNITUDE 98
Trouver le chemin de la sagesse 98
Ruses et intuitions 114
La métaphore du voyage 123

3 – AU CŒUR DE L'ENTREPRISE 126
Business stories 126
Ce sont les clients qui en parlent le mieux 150

4 – DES EXPLOITS EXEMPLAIRES 155
Morceaux de bravoure 155
Oser le fantastique 167
Histoires athlétiques 180

© Groupe Eyrolles

Musique à cœur 186
L'aura des leaders 190

5 – QUAND L'ORDINAIRE DEVIENT EXTRAORDINAIRE 192

La puissance évocatrice des animaux 192
Les richesses de la vie quotidienne 201
L'effet d'attention des histoires de famille 218
Retenir les leçons des bourdes 220
Manier la force de l'humour 224

Conclusion 231

Table des histoires citées 235

Index des mots-clés 239

Index des noms propres, des marques et des entreprises 245

© Groupe Eyrolles